Rapport sur les plans et les priorités

Office national du film du Canada

2015-2016

L'honorable Shelly Glover, C.P., députée
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

© Office national du film du Canada, 2015
No de cat. NF1-2/2015F-PDF
ISSN 2292-4752

Table des matières

Message de la ministre 1

Message du Commissaire 2

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation 5

- Profil de l'organisation 5
- Contexte organisationnel 6
- Dépenses prévues 13
- Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental 16
- Tendances relatives aux dépenses du ministère 18
- Budget des dépenses par crédit voté 18

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique 19

- Résultat stratégique : 19
- Programme 1.1 : Production audiovisuelle 20
- Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire 23
- Sous-programme 1.2.1 : Conservation et préservation 25
- Sous-programme 1.2.2 : Accès des consommateurs et interaction 25
- Sous-programme 1.2.3 : Accès des marchés institutionnels et éducatif, et interaction 29
- Sous-programme 1.2.4 : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale 31
- Services internes 33

Section III : Renseignements supplémentaires 35

- État des résultats prospectif 35
- Tableaux de renseignements supplémentaires 37
- Dépenses fiscales et évaluations 38

Section IV : Coordonnées de l'organisation 39

Annexe : Définitions 41

Notes de fin de document 45

Message de la ministre

Chaque année, le ministère du Patrimoine canadien et les organismes du portefeuille, dont l'Office national du film du Canada (ONF), exécutent leur mandat avec diligence et efficacité pour que tous les Canadiens puissent profiter du riche milieu artistique, culturel et patrimonial canadien. Ils stimulent l'innovation, tout en mettant nos langues officielles et notre histoire en valeur. Alors que nous nous préparons à célébrer les 150 ans de la Confédération en 2017, nous soulignerons cette année plusieurs anniversaires importants, dont le 50e anniversaire du drapeau national et le 200e anniversaire de sir John A. Macdonald, le tout premier premier ministre du Canada. L'occasion est belle de saluer l'engagement des organismes du portefeuille à faire du Canada un pays fier de son passé et prêt à relever les défis à venir.

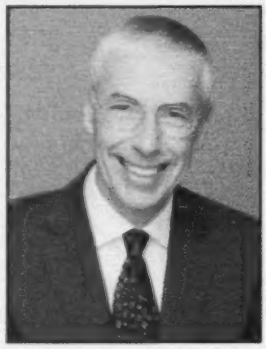
L'ONF est une institution qui rassemble les Canadiens autour d'œuvres audiovisuelles reflétant notre société, nos aspirations et nos défis. En tant que producteur et distributeur public, l'ONF crée des œuvres interactives, des documentaires à caractère social et des animations d'auteur qui présentent au monde un point de vue authentiquement canadien.

L'ONF accomplit son mandat en misant sur l'innovation dont font preuve ses créateurs et ses artisans, et en tirant parti des possibilités offertes par les nouvelles technologies. En plus d'élargir l'accès des auditoires du pays et du monde entier aux œuvres de l'ONF, ces technologies permettent d'interagir avec ces auditoires. Au cours de la prochaine année, l'ONF entend poursuivre les activités de développement inscrites dans son plan stratégique et continuer de produire des œuvres qui reflètent la richesse culturelle et linguistique du pays.

À titre de ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, je suis ravie de présenter aux Canadiens le *Rapport sur les plans et les priorités de 2015-2016* préparé par l'Office national du film du Canada. J'invite tous ceux et celles qui désirent avoir un aperçu des responsabilités, des priorités et des activités de l'ONF à prendre connaissance de ce rapport.

L'honorable Shelly Glover, C.P., députée

Message du Commissaire



La création et l'innovation sont au cœur du mandat de l'Office national du film du Canada (ONF) et demeureront le leitmotiv de l'organisation pour les années à venir. Dans cette ère numérique en rapide évolution, l'innovation et la création permettent à l'ONF de se distinguer et d'être un chef de file dans le secteur audiovisuel, au Canada et dans le monde. Et c'est en renforçant notre leadership en création et en innovation, et en continuant de faire rayonner nos œuvres au Canada et au-delà de nos frontières, que l'ONF restera non seulement l'un des grands laboratoires de création du monde, mais un ambassadeur de premier plan pour le Canada et son savoir-faire.

La production de documentaires, de films d'animation et d'œuvres interactives demeure le fer de lance des activités de l'ONF. Cette production nous fait explorer des avenues de création inédites et rejoindre un public plus diversifié. Afin de bien refléter la diversité canadienne dans nos productions, il est aussi important pour l'ONF de renforcer chacun de ses centres de production du pays afin qu'ils deviennent de véritables lieux ancrés dans les régions auprès des milieux de création, aussi bien que de la population canadienne.

Un autre des objectifs poursuivis par l'ONF pour les années à venir est d'accroître le rayonnement et la portée de ses œuvres, tant au Canada qu'à l'étranger. L'ONF enrichira sa plateforme numérique pour la diffusion de ses œuvres, continuera à développer son portail dédié spécifiquement au milieu éducatif et mettra en œuvre sa stratégie de programmation visant à rejoindre un plus vaste auditoire.

L'ONF nourrit et enrichit la mémoire et l'identité canadienne. La préservation, la mise en valeur et la diffusion du patrimoine audiovisuel créé depuis plus de 75 ans, riche de plus de 13 000 productions, demeurent une priorité. L'ONF poursuivra son plan de numérisation afin de rendre accessible ces milliers d'œuvres qui font partie de notre mémoire collective. C'est un legs important pour les générations à venir.

Pour poursuivre sa mission, soit celle produire et de distribuer des œuvres de grande qualité, l'ONF devra aussi consolider sa capacité financière à long terme. L'ONF misera notamment sur le renforcement et la valorisation de partenariats stratégiques, afin que ceux-ci deviennent des leviers d'une plus grande efficacité financière.

Les orientations de l'ONF pour les prochaines années s'inscrivent donc dans la continuité, notamment dans la mise en œuvre de notre plan stratégique quinquennal. Mais ces années qui viennent seront aussi marquées de nombreuses opportunités, dont le déménagement du siège social de l'ONF dans le Quartier des spectacles à Montréal, prévu pour l'année 2017. Ce nouveau lieu deviendra un centre mondial dédié à l'innovation et à l'excellence dans les nouvelles formes d'art audiovisuel. Ces nouveaux locaux seront aussi l'occasion pour l'ONF de se rapprocher du grand public, de ses diverses clientèles et de ses partenaires, en plus de contribuer pleinement au développement économique, urbain et culturel de Montréal. Ainsi, non seulement 2017 marquera le 150^{e} anniversaire de la Confédération canadienne, mais elle marquera aussi le début d'une nouvelle ère pour l'ONF.

De nombreux défis nous attendent ainsi que de nombreuses opportunités à saisir. J'entame ma première année en tant que commissaire dans la continuité du legs de mes prédécesseurs, avec le regard tourné vers l'avenir. Nous agirons encore ensemble au cours des prochaines années afin que l'ONF demeure une grande fierté pour l'ensemble des Canadiennes et Canadiens.

Claude Joli-Coeur

Commissaire du gouvernement à la cinématographie et
Président de l'Office national du film du Canada

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation

Profil de l'organisation

Ministre de tutelle : L'honorable Shelly Glover, C.P., députée

Premier dirigeant : Claude Joli-Cœur, Commissaire du gouvernement à la cinématographie

Portefeuille ministériel : Ministère du Patrimoine canadien

Instruments habilitants : *Loi sur le cinéma,* L.R.C., ch. N-8

Année d'incorporation ou de création : 1939

Autre : Le conseil d'administration de l'Office national du film du Canada est composé actuellement de sept membres, soit le commissaire du gouvernement à la cinématographie qui agit à titre de président, le directeur général de Téléfilm Canada et cinq autres membres nommés par le gouverneur en conseil. À l'exception du commissaire et du directeur général de Téléfilm Canada, les membres du conseil exercent leur charge pendant trois ans. Le rôle du conseil est principalement de définir les orientations générales de l'ONF et d'approuver ses budgets et ses plans stratégiques.

Contexte organisationnel

Raison d'être

L'Office national du film (ONF) a été créé par une loi du Parlement fédéral en 1939 et rend compte au Parlement canadien par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles. L'ONF a pour mandat de produire et distribuer des œuvres originales et innovatrices lesquelles font mieux comprendre les enjeux auxquels doit faire face la population canadienne et qui font connaître les valeurs et les points de vue canadiens au pays et dans le monde. Au fil des décennies, il est devenu la norme en matière d'innovation audiovisuelle au Canada et joue un rôle important en soulignant les changements et les événements marquants de la société canadienne.

En tant que producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles, l'ONF joue un rôle essentiel, en offrant une perspective de la richesse et de la diversité canadienne. C'est à travers des documentaires d'auteur, des films d'animation et des productions nouveaux médias qu'il explore les enjeux sociaux contemporains. Aujourd'hui, nos artistes et artisans continuent à faire œuvre de pionniers en matière de contenu et de forme dans le domaine du documentaire, du film d'animation et du cinéma interactif.

Responsabilités

À titre de producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles du Canada, l'ONF documente l'histoire et la culture du pays pour les auditoires d'ici et de l'étranger. Au cours des 75 dernières années, l'ONF a produit plus de 13 000 œuvres, remporté au-delà de 5 000 prix, inspiré et influencé des générations de cinéastes au Canada et partout sur la planète. Ses productions audiovisuelles donnent un aperçu particulier de la diversité et de la vitalité de notre culture et constituent un élément essentiel de notre patrimoine national.

L'ONF est régi par la *Loi sur le cinéma*[i] et par diverses autres lois, notamment la *Loi sur la gestion des finances publiques*[ii] (qui définit la structure et les méthodes d'administration financière en vigueur au sein du gouvernement), *la Loi sur l'accès à l'information*[iii], la *Loi sur la protection des renseignements personnels*[iv], la *Loi sur les langues officielles*[v] ainsi que la *Loi sur le multiculturalisme canadien*[vi].

En tant que producteur, l'ONF remplit ses responsabilités en investissant constamment de nouveaux champs de création, que ce soit en documentaire, en animation d'auteur ou en production interactive. Il met à profit les possibilités artistiques et technologiques qui se présentent dans le paysage médiatique en plus de collaborer avec des cinéastes établis et de la relève, des créateurs multimédias et des coproducteurs de toutes les régions du pays, diverses communautés ethnoculturelles et autochtones, et des partenaires du monde entier. La créativité et la pertinence sociale sont au cœur de ses productions.

L'ONF assume son rôle de distributeur en faisant en sorte que les auditoires d'ici et d'ailleurs aient accès à son contenu canadien et soient en mesure d'interagir avec ce contenu sur une variété de plateformes de distribution traditionnelles et virtuelles. Il s'acquitte de cette responsabilité par le biais des activités suivantes :

- la conservation et la préservation de sa collection cinématographique d'intérêt patrimonial;
- la distribution et la diffusion de ses œuvres sur le marché des consommateurs;
- la distribution et la mise en valeur de ses œuvres sur les marchés éducatifs canadien et internationaux, ainsi que sur les marchés institutionnels;
- la mise en valeur de ses œuvres auprès de l'industrie nationale et internationale.

Les nouvelles productions de l'ONF ainsi que sa vaste collection de films – la mémoire collective de la nation – sont de plus en plus accessibles aux Canadiens et Canadiennes, et ce dans chaque province et territoire.

Résultats stratégiques et architecture d'alignement des programmes

1. Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

1.1 Programme : Production audiovisuelle

1.2 Programme : Accessibilité et interaction avec l'auditoire

1.2.1 Sous-programme : Conservation et préservation

1.2.2 Sous-programme : Accès des consommateurs et interaction

1.2.3 Sous-programme : Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction

1.2.4 Sous-programme : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Services internes

Priorités organisationnelles

Priorités organisationnelles

Priorité	Type[vii]	Résultats stratégiques [et/ou] programmes
Laboratoire créatif en programmation	Déjà établie	- Résultat stratégique - Programme 1.1: Production audiovisuelle
Description		
Pourquoi s'agit-il d'une priorité? Les efforts déployés pour cette priorité permettront à l'ONF de créer une approche artistique interdisciplinaire afin de créer des nouvelles formes d'art, d'accroître la diversité des voix et participer à la réalisation d'œuvres de portée nationale. Axés sur la pertinence sociale, les récits de l'ONF portent un regard neuf sur le monde et innovent sur le plan du contenu et de la forme. Par cette priorité, l'ONF continuera d'exercer son leadership en matière de création et d'innovation dans les deux langues officielles. **Quels sont les plans en vue de donner suite à la priorité?** Les Programmes anglais et français, responsables de la production des œuvres audiovisuelles de l'ONF, mettront en branle la stratégie de programmation selon les grands axes du plan stratégique. Cette stratégie vise à renforcer le leadership de l'ONF en matière de création et d'innovation, à accroître la visibilité de l'institution et à élargir ses relations avec les auditoires.		

L'ONF veut devenir un laboratoire créatif en ce qui a trait à la programmation de documentaires d'auteur, de films d'animation et d'œuvres interactives, notamment par les initiatives suivantes :

- l'exploration de formes créatives et interactives à travers les DocLabs, par l'utilisation des plateformes multimédias et de nouveaux formats d'œuvres audiovisuelles;
- la mise en valeur des documentaristes de renom et de jeunes talents, entre autres par le biais des programmes Relance et Tremplin et du concours Cinéaste recherché(e);
- la production d'œuvres audiovisuelles qui racontent des histoires vécues par des citoyens canadiens ou qui touchent à des enjeux sociaux présentés d'un point de vue canadien;
- l'accroissement de l'accessibilité de ses œuvres aux communautés, grâce à des initiatives innovantes et mobilisatrices, telles que le Programme international de création d'auteur;
- l'augmentation des partenariats avec les propriétaires et les diffuseurs de contenu audiovisuel;
- l'établissement de liens d'affaires avec des partenaires potentiels pour la réalisation de projets en vue du 150^{e} anniversaire de la Confédération.

Priorité	Type	Résultats stratégiques [et/ou] programmes
Laboratoire créatif en technologie	Déjà établie	- Résultat stratégique - Programme 1.1: Production audiovisuelle - Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Description

Pourquoi s'agit-il d'une priorité?

L'objectif est de positionner l'ONF comme chef de file de l'utilisation de technologies innovatrices dans la production et la distribution de contenu facilement accessible pour les auditoires. Au Canada, l'ONF est à l'avant-garde de la préservation et des stratégies numériques visant à accroître l'accessibilité du contenu canadien en ligne. Le développement de nouvelles technologies et de méthodes de travail créatives améliorent le déroulement des opérations et l'efficience. En réalisant la priorité susmentionnée, l'ONF sera donc en mesure de mieux faire partager son expertise au Canada et à l'échelle internationale.

Quels sont les plans en vue de donner suite à la priorité?

La modernisation des systèmes d'information et de la technologie utilisée par l'ONF lui permettra de demeurer un chef de file dans l'utilisation innovatrice des technologies pour la

production et la distribution de contenu audiovisuel. Cette modernisation facilitera notamment les opérations suivantes :

- l'établissement d'un mode de production entièrement numérique, tant au niveau du traitement du son et de l'image que de la gestion de l'information de la production;
- le développement d'un projet de documentaire utilisant une captation immersive 360, pour une diffusion sur un écran circulaire de 360°;
- l'achèvement de la numérisation de la collection active de l'ONF d'ici la fin de l'automne 2017 et celle de la dernière phase du plan de relocalisation des actifs de l'ONF en vue de sécuriser 100 % de sa collection active.

Priorité	Type	Résultats stratégiques [et/ou] programmes
Élargir, joindre et engager les auditoires	Déjà établie	- Résultat stratégique - Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Description

Pourquoi s'agit-il d'une priorité?

L'objectif est de mettre le public au cœur du processus de l'ONF, lequel consiste à créer des expériences collectives et travailler avec les auditoires dans un environnement d'immersion favorisant la créativité et l'interaction. Dans le but d'élargir son rayonnement à différents groupes d'auditoire, tout en étant plus sensible aux besoins et aux réalités de chacun, l'ONF doit mieux cerner et mesurer les moyens de rejoindre ces auditoires.

Quels sont les plans en vue de donner suite à la priorité?

L'Espace de visionnage en ligne ONF.ca, accessible par le truchement de diverses plateformes, demeure la principale fenêtre de diffusion de l'institution pour le grand public et le milieu institutionnel. Afin d'améliorer le rayonnement de ses œuvres et de rejoindre son auditoire, les plans de l'ONF sont, notamment :

- de mettre en place la nouvelle plateforme de diffusion; de compléter le développement de l'infrastructure orientée vers le client de l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca, et d'exécuter le plan de communication et marketing afin de stimuler le trafic et les ventes sur cette nouvelle plateforme;
- d'enrichir de productions canadiennes indépendantes l'offre de l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca pour le grand public;
- d'expérimenter de nouvelles formes d'œuvres interactives telles que les projets Haïkus

interactifs;

- de réaliser une recherche marketing afin de développer la connaissance du profil et des comportements de l'auditoire de l'ONF;
- de mettre en place une stratégie de marketing relationnel afin de gagner la préférence et l'engagement de nos auditoires et clientèles;
- d'accroître le développement de contenus et les partenariats pour le milieu éducatif; de développer de nouveaux modules d'apprentissage et d'améliorer l'expérience des utilisateurs;
- de développer une destination distincte pour le portail d'accès au milieu institutionnel, CAMPUS, et d'augmenter le contenu offert au milieu éducatif.

Priorité	Type	Résultats stratégiques [et/ou] programmes
Excellence organisationnelle (processus, collaboration et communication)	Déjà établie	- Résultat stratégique - Programme 1.1: Production audiovisuelle - Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire - Programme 1.3: Services internes

Description

Pourquoi s'agit-il d'une priorité?

L'ONF est guidé par les principes de saine gouvernance et de responsabilisation visant à gagner et à conserver la confiance de la population canadienne. Cette priorité est d'autant plus importante qu'elle permet de définir l'ONF en tant qu'organisation créative de pointe transformée dans son mode de fonctionnement pour optimiser les ressources pour les Canadiens.

En renouvelant sa culture organisationnelle, l'ONF crée un environnement qui favorise la collaboration et l'ouverture, qui encourage un leadership mobilisateur, qui valorise la diversité et les nouveaux modèles de fonctionnement.

Quels sont les plans en vue de donner suite à la priorité?

Un plan de transformation organisationnelle sera mis en œuvre dans les différentes divisions de l'ONF. Ce plan prévoit, notamment :

- la mise en place d'indicateurs de rendement au sein de chacune des divisions;
- la révision du processus de gestion et de développement des projets afin d'en optimiser les étapes de production dans le but de maximiser la portée des actions de marketing et de

communications visant à faire connaître ces projets;

- le développement et la mise en place d'un plan de relations publiques et de positionnement de l'ONF auprès de l'industrie, du grand public et du gouvernement;
- une formation à tous les gestionnaires et à tous les employés sur les fondements de l'éthique et le nouveau code d'éthique de l'ONF;
- la poursuite du plan d'équité en matière d'emploi pour les femmes, les Autochtones, les personnes issues des minorités visibles et les personnes vivant avec un handicap;
- la planification du déménagement du quartier général et des bureaux régionaux de l'ONF et la redéfinition des besoins d'affaires de l'ONF pour ses opérations dans les nouveaux locaux;
- l'élaboration de la stratégie organisationnelle de mobilisation des employés en prévision du déménagement du siège social prévu en 2017;
- la révision les politiques de gestion des documents administratifs et l'élaboration d'un nouveau plan d'élimination des documents qui sera mis en application avant les déménagements des bureaux de l'ONF.

Analyse des risques

Principaux risques

Risque	Stratégie d'atténuation du risque	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
1. Le risque d'inadéquation entre la capacité organisationnelle et le volume de travail	Déploiement du plan opérationnel 2013-2018	Production audiovisuelle Accessibilité et interaction avec l'auditoire Services internes
2. Le risque de réduction importante du budget total de l'ONF	▪ Développement du nouveau plan d'affaires (incl. explorer de nouvelles sources de revenus, nouveaux partenariats et marchés internationaux, etc.) ▪ Élaboration de nouveaux modèles économiques ▪ Poursuite du programme d'efficiences internes	Production audiovisuelle Accessibilité et interaction avec l'auditoire Services internes

Au fil des ans, l'ONF s'est bâti une solide réputation pour l'innovation de formes créatives qu'il met de l'avant à l'intérieur de son mandat de producteur. Cette innovation sous-tend une tolérance aux risques éditoriaux et créatifs plus grande que dans le secteur privé. Il s'agit d'une des caractéristiques fondamentales de l'organisation dans une perspective de gestion intégrée du risque.

L'analyse des risques est une activité intégrée au cycle de planification stratégique de l'ONF. Le profil de risque organisationnel de l'ONF met en relief les principaux risques de l'institution et les réponses mises de l'avant afin de les gérer adéquatement. La haute direction de l'ONF se sert régulièrement de ce profil comme outil de référence. Ainsi, les stratégies de réponses décrites ci-dessous sont déjà en vigueur et continueront de l'être en 2015-2016.

Le risque d'inadéquation entre la capacité organisationnelle et le volume de travail

Des projets technologiques majeurs et pluriannuels nécessiteront une attention particulière en 2015-2016. La livraison de deux nouveaux systèmes de gestion de l'information et de gestion médias, la refonte du nouvel Espace de visionnage en ligne, dont le lancement est prévu en mars 2015, comptent parmi les projets d'envergure ayant un potentiel d'exercer une forte pression sur les ressources de l'ONF. Il s'agit d'un risque stable, qui pourrait néanmoins augmenter dans les

prochains mois. Cela, sans compter la complexité et la vulnérabilité des systèmes en phase de transition. La haute direction surveille attentivement l'évolution de ces priorités institutionnelles.

Le risque de réduction importante du budget de l'ONF

L'ONF vise toujours à renforcer sa capacité financière à long terme en réponse au risque d'un budget décroissant. L'ONF doit gérer plusieurs défis financiers tels le déclin de ses revenus dû à la baisse du marché des productions audiovisuelles et de ses sources de revenus traditionnels. En 2014-2015 seulement, cette baisse se chiffre à un million de dollars. Pour pallier cette situation, l'ONF poursuivra en 2015-2016 une revue budgétaire interne pour déterminer des sources d'économies récurrentes. Un nouveau plan d'affaires est en développement, et le lancement de la plus récente mouture de son service éducatif en ligne, CAMPUS, devrait permettre de maximiser les parts de l'ONF dans le marché de l'éducation. De nouveaux partenariats – par ex., avec le Cinéma Excentris et Bibliothèque et Archives Canada (BAC)– ainsi que l'acquisition récente d'œuvres à distribuer représentent d'autres sources potentielles de revenus.

Dépenses prévues

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2015-2016	Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
59 652 377	59 652 377	61 601 977	71 601 977

Ressources humaines (équivalents temps plein [ETP])

2015-2016	2016-2017	2017-2018
373	373	373

Sommaire de la planification budgétaire pour les résultats stratégiques et les programmes (dollars)

Résultats stratégiques, programmes et Services internes	Dépenses 2012-2013	Dépenses 2013-2014	Dépenses projetées 2014-2015	Budget principal des dépenses 2015-2016	Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
Résultat stratégique 1 : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.							
Production audiovisuelle	41 309 421	40 451 187	40 257 632	38 068 603	38 068 603	38 068 603	38 068 603
Accessibilité et interaction avec l'auditoire	19 209 203	18 949 388	14 588 439	13 742 245	13 742 245	13 742 245	13 742 245
Total partiel Résultat stratégique	60 518 624	59 400 575	54 846 071	51 810 848	51 810 848	51 810 848	51 810 848
Total partiel Services internes	7 644 722	7 186 528	7 896 580	7 841 529	7 841 529	7 791 129	7 791 129
Total partiel Relocation du quartier général	-	-	400 000	-	-	2 000 000	12 000 000
Total	**68 163 346**	**66 587 103**	**63 142 651**	**59 652 377**	**59 652 377**	**61 601 977**	**71 601 977**

Les dépenses prévues pour l'année 2015-2016 s'élève à 60 millions $ et représentent une réduction de plus de 10 % par rapport à l'année 2012-2013, moment où ont commencé les mesures d'économies annoncées au Budget 2012. Ces mesures ont eu pour impact de modifier la proportion des fonds alloués entre les différents programmes à la suite de la fermeture des postes de visionnage et des salles de cinéma de la Médiathèque de Toronto et de la CinéRobothèque de Montréal, résultant en une proportion accrue allouée au programme de production audiovisuelle par rapport aux dépenses totales prévues.

En 2014-2015, l'ONF a fait une demande de report de fonds du prêt de 14,4 millions $ accordé pour la relocalisation de son siège social de Montréal dans le Quartier des spectacles à la suite de l'annonce du ministère du Patrimoine canadien du 25 septembre 2014. Le report a été approuvé par le Conseil du Trésor et le déménagement est prévu pour l'automne 2017. Le tableau ci-dessous présente en détail l'ensemble des variances :

(en dollars)	Dépenses projetées	Budget principal des dépenses	Dépenses prévues		
	2014-2015	2015-2016	2015-2016	2016-2017	2017-2018
	59 912 241	69 636 683	69 636 683	63 236 683	58 236 683
Variations :					
Ajustement RASE (24,8 % à 25,5 %)	0	218 285	218 285	218 285	218 285
Initiatives gouvernementales - Services partagés	- 10 000	- 56 200	- 56 200	- 106 600	- 106 600
Révision salariales 2013-2014 (Exécutif)	0	53 609	53 609	53 609	53 609
Paiement de transition - Cycle de paie en arrérage	1 098 938	0	0	0	0
Relocalisation siège social MTL - Report de fond	0	-10 200 000	-10 200 000	-1 800 000	13 200 000
Indemnités de départ et maternité	872 061	0	0	0	0
Report de fond net (2013-2014 et 2014-2015)	1 269 411	0	0	0	0
Total des variations	3 230 410	-9 984 306	-9 984 306	-1 634 706	13 365 294
TOTAL - Dépenses projetées / prévues	**63 142 651**	**59 652 377**	**59 652 377**	**61 601 977**	**71 601 977**

Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental

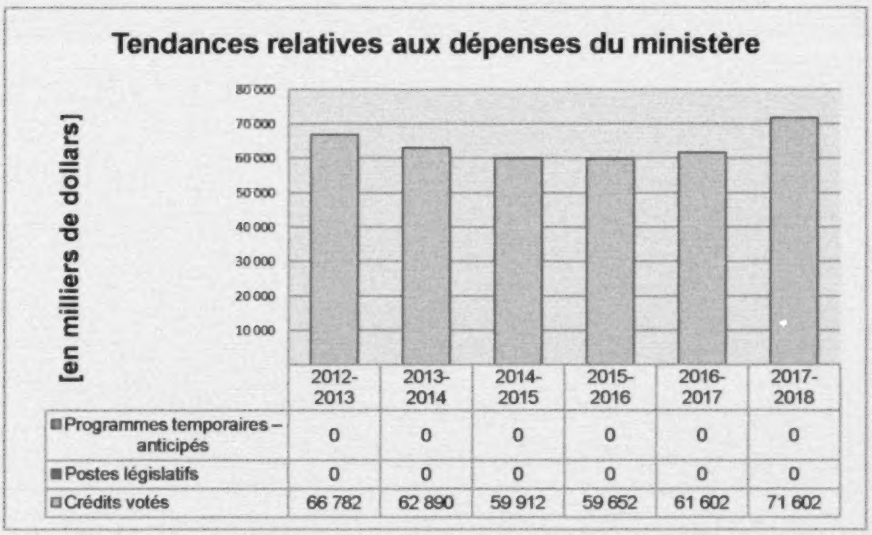
Harmonisation des dépenses prévues pour 2015-2016 avec le cadre pangouvernemental[viii] (en dollars)

Résultat stratégique	Programme	Secteur de dépenses	Résultat du gouvernement du Canada	Dépenses prévues 2015-2016
1. Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.	1.1 Production audiovisuelle	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	38 068 603
	1.2 Accessibilité et interaction avec l'auditoire	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	13 742 245

Total des dépenses prévues par secteur de dépenses (en dollars)

Secteur de dépenses	Total des dépenses prévues
Affaires économiques	-
Affaires sociales	51 810 848
Affaires internationales	-
Affaires gouvernementales	-

Tendances relatives aux dépenses du ministère



	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Programmes temporaires – anticipés	0	0	0	0	0	0
Postes législatifs	0	0	0	0	0	0
Crédits votés	66 782	62 890	59 912	59 652	61 602	71 602

Le crédit voté comporte un prêt de 14,4 millions $ provenant du Conseil du Trésor pour la relocalisation du siège social de Montréal prévu pour l'automne 2017. Le prêt se répartit en trois enveloppes : 400 000 $ en 2014-2015, 2 000 000 $ en 2016-2017 et 12 000 000 $ en 2017-2018. Il s'agit d'un emprunt sans intérêts remboursable sur une période de 12 ans à raison de 1,2 million $ par année, et ce, à compter de 2018-2019.

Budget des dépenses par crédit voté

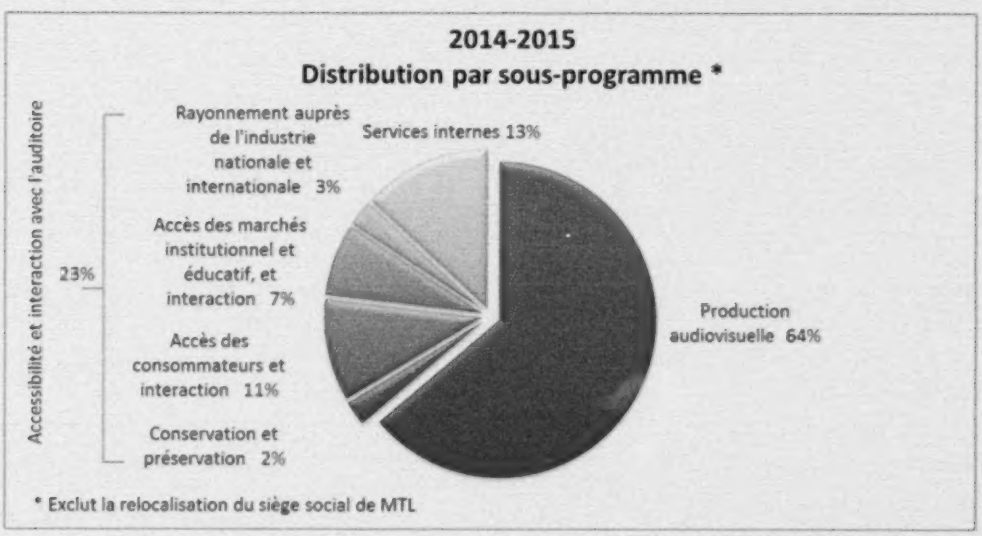
Pour obtenir des renseignements au sujet des crédits de l'Office national du film du Canada, veuillez consulter le *Budget principal des dépenses 2015-2016* [ix] sur le site Web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique

Résultat stratégique : *Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.*

Mesure du rendement

Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Pourcentage de la population canadienne ayant indiqué que les productions de l'ONF reflètent les histoires ou les perspectives canadiennes.	80 %	31 mars 2018
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres audiovisuelles explorant la diversité canadienne.	70 %	31 mars 2018
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres achevées explorant les enjeux sociaux pertinents.	80 %	31 mars 2018
Nombre de titres offerts dans <ONF.ca> / <NFB.ca>.	3 500	31 mars 2018



Programme 1.1 : Production audiovisuelle

Description

Ce programme contribue à donner aux Canadiens une meilleure compréhension des enjeux auxquels est confronté leur pays et fait connaître les points de vue canadiens aux autres nations.

À titre de producteur du secteur public, l'ONF produit des œuvres audiovisuelles originales qui reflètent les diverses perspectives canadiennes – culturelles, régionales et autochtones, entre autres – et qui émanent des divers créateurs et communautés composant le pays. Cette activité de programme intervient dans des domaines où le secteur privé est absent et donne aux créateurs la possibilité d'explorer les avancées artistiques et technologiques en matière de forme et de contenu. Elle assure également la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et de la créativité au sein des communautés de cinéastes et des autres communautés de créateurs.

La programmation de l'ONF est nécessaire pour assurer aux Canadiens l'accès à diverses voix et à divers contenus dans les deux langues officielles. Elle fait la promotion de la culture et des valeurs canadiennes dans le cadre d'événements à caractère historique ou culturel de portée nationale.

Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, l'ONF s'impose comme chef de file dans la création de contenu numérique innovateur, dans les deux langues officielles.

Les activités de production englobent la conceptualisation, la recherche, le développement et la production de documentaires, de films d'animation, de contenu nouveau média et d'autres formes émergentes.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2015-2016	Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
38 068 603	38 068 603	38 068 603	38 068 603

Ressources humaines (Équivalents temps plein [ETP])

2015-2016	2016-2017	2017-2018
227	227	227

Mesure du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont innovatrices.	Pourcentage du public canadien percevant l'ONF comme une institution innovatrice et créatrice.	65 % innovatrice 75 % créatrice	31 mars 2018
	Pourcentage de prix et d'hommages prestigieux par rapport au nombre total de prix remportés dans les festivals canadiens et internationaux (p. ex. : prix liés à l'innovation, à l'excellence créatrice, hommages, prix du Canada pour la diversité).	20 %	31 mars 2018
Les créateurs canadiens établis et de la relève qui travaillent avec l'ONF représentent la diversité canadienne.	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes de la relève[1].	30 %	31 mars 2018
	Nombre de cinéastes de la relève qui font un film à l'ONF ou qui participent à un programme favorisant l'épanouissement des talents, y compris les concours.	120	31 mars 2018
	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes issus des diverses communautés ethnoculturelles, régionales et linguistiques, par des cinéastes autochtones et par des cinéastes handicapés.	55 %	31 mars 2018
L'ONF participe à des événements de portée historique et culturelle faisant la promotion de la culture et des valeurs canadiennes.	Nombre de productions réalisées pour des projets nationaux et internationaux d'envergure.	13	31 mars 2018

[1] Un cinéaste est considéré comme faisant partie de la relève lorsqu'il réalise son 1er, 2e ou 3e film.

Faits saillants de la planification

L'ONF produit et coproduit des œuvres dans une diversité de formats et d'approches, autant des documentaires à caractère social que des animations d'auteur et des productions interactives audacieuses. La production de documentaires qui racontent des histoires vécues par des gens d'ici et des histoires qui touchent à des enjeux sociaux présentés d'un point de vue canadien demeure au cœur du mandat de l'ONF, à quoi s'ajoute la réalisation d'œuvres novatrices qui s'adressent à un auditoire plus jeune.

Les Programmes français et anglais mettront en œuvre leur stratégie de programmation élaborée à partir des grands axes du Plan stratégique de l'ONF. Cette stratégie, issue d'un processus de réflexion sur l'avenir du documentaire d'opinion, des animations et des œuvres interactives de l'ONF, permettra à l'institution de demeurer un chef de file dans la création de contenu culturel canadien innovateur. Cette stratégie vise trois principaux objectifs, soit de positionner l'ONF comme un chef de file et une référence en création et en innovation, de développer son auditoire et interagir avec celui-ci, et de renforcer la capacité financière de ses projets. La programmation audiovisuelle de l'ONF continuera de s'articuler autour du documentaire d'auteur, des films d'animation et des œuvres interactives.

Afin de positionner l'ONF comme chef de file en création et en innovation, les Programmes anglais et français exploreront des formes créatives et interactives, en mettant en valeur les talents de renom et de la relève. Cette tâche sera menée à bien entre autres grâce au lancement de la récente mouture du laboratoire en documentaires, les DocLabs, véritable incubateur des meilleurs talents dans le domaine. De nouveaux formats de production seront aussi explorés, par exemple la captation immersive 360 et le format 4K. La mise en valeur de documentaristes de renom et des talents de la relève se fera aussi grâce aux programmes Relance et Tremplin, ainsi que par le concours Cinéaste recherché(e) qui offrira dorénavant un volet pour les œuvres interactives.

La stratégie de programmation vise aussi à rejoindre de plus vastes auditoires partout au Canada et à l'étranger grâce à une offre d'œuvres diversifiées. L'ONF reverra au cours des prochaines années son approche marketing et communicationnelle afin de mieux faire connaître ses œuvres au public. Cette approche sera centrée sur l'auditeur et cherchera à favoriser l'interaction avec celui-ci par le truchement de diverses plateformes. La stratégie vise aussi à rejoindre le public sur d'autres canaux de diffusion en développant des partenariats stratégiques.

En multipliant les canaux de diffusion et en favorisant les coproductions, l'ONF vise à accroître sa présence, mais aussi à consolider ses capacités financières. L'institution mettra donc une priorité à conclure des partenariats afin de partager les risques financiers de ses projets et

d'augmenter les leviers financiers, notamment pour la production de projets entourant le 150e anniversaire de la Confédération. Finalement, l'ONF continuera à être présent dans divers évènements afin de faire connaître ses œuvres au public et à l'industrie.

Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Description

Ce programme fait en sorte que les auditoires canadiens et du reste du monde peuvent accéder à du contenu canadien innovateur reflétant les histoires et les perspectives canadiennes, le regarder, en discuter et interagir avec celui-ci. Alors que la consommation médiatique migre vers Internet, le contenu canadien doit être rendu disponible sur tous les supports numériques et mobiles.

Les mécanismes utilisés comprennent la distribution, le marketing et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié, d'un fonds d'archives bien établi et du développement de marchés diversifiés (p. ex., salles, télévision, consommateur et institutionnel), par le truchement d'Internet et des canaux traditionnels, au Canada et à l'étranger. Grâce à ces activités, l'ONF rend ses œuvres largement accessibles partout au Canada, notamment dans les communautés mal desservies et éloignées ainsi que dans les communautés autochtones et de langue officielle en situation minoritaire.

Les activités de l'ONF liées à l'accessibilité et à l'interaction avec l'auditoire contribuent au dynamisme de la culture et du patrimoine canadiens.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
13 742 245	13 742 245	13 742 245

Ressources humaines (Équivalents temps plein [ETP])

2015-2016	2016-2017	2017-2018
96	96	96

Mesure du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les auditoires canadiens et internationaux visionnent les œuvres de l'ONF et interagissent avec celles-ci	Pourcentage de la population canadienne qui affirme avoir vu une production de l'ONF au cours de la dernière année.	30%	31 mars 2018
	Nombre total de visionnages d'œuvres de l'ONF.	35 millions	31 mars 2018
	Nombre total d'utilisateurs par niveau d'interaction (visionnages d'utilisateurs enregistrés ou de clients)	100 000 enregistrés et 12 000 clients	31 mars 2018
	Total des revenus produits	5,2 millions $	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

Au cours de l'année 2015-2016, l'ONF mettra en place sa stratégie d'offre numérique en ligne. Celle-ci est basée sur un renouvellement de l'infrastructure et de l'offre du contenu de l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca, accessible sur diverses plateformes. L'Espace de visionnage demeurera la principale fenêtre de diffusion de l'institution pour le grand public et le milieu éducatif et institutionnel. L'ONF entreprendra de diversifier le contenu offert sur ses plateformes par l'entremise de partenariats avec des producteurs de contenu audiovisuel et des médias et des canaux de diffusion.

À la suite de la réorganisation de la Division du marketing et des communications au sein de l'ONF, l'institution mettra en œuvre une stratégie intégrée de communication et de marketing, qui visera à gagner la préférence et l'engagement de nos auditoires et clientèles. L'ONF entreprendra aussi une recherche marketing afin de mieux établir le profil et les comportements de ses auditoires et, ainsi, cibler plus sûrement ses communications publiques. De plus, de nouvelles plateformes seront mises en place afin d'interagir plus efficacement avec l'industrie et les créateurs.

Pour le secteur de l'éducation, l'ONF poursuivra le développement de son portail CAMPUS tant au Canada que sur le marché américain. Afin de rester compétitive, l'institution misera sur le développement de contenus adaptés au milieu de l'éducation et sur l'amélioration de l'expérience des utilisateurs.

Sous-programme 1.2.1 : Conservation et préservation

Description

Les productions de l'ONF, quelle que soit la source originale de l'œuvre, sont préservées et numérisées afin d'en assurer la pérennité et l'accessibilité aux Canadiens et Canadiennes, maintenant et à l'avenir. Cette activité réduit les risques de désuétude technologique, minimise les effets du temps sur les supports qui contiennent les œuvres, et garantit la sécurité physique de celles-ci. La préservation et la conservation nécessitent des outils et systèmes adéquats d'identification, de gestion, d'archivage et de restauration. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, il est impératif de mettre du contenu canadien innovateur et de haute qualité à la disposition de la population du pays. Sans activité concertée en matière de conservation et de préservation, ce patrimoine culturel est en péril.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
1 525 389	1 525 389	1 525 389

Ressources humaines (ETP)

2015-2016	2016-2017	2017-2018
11	11	11

Mesure du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
La collection de l'ONF est préservée et conservée.	Nombre d'œuvres de la collection conservées sur deux supports physiques différents et localisées à deux endroits géographiques différents.	2600 titres par année	31 mars 2018
La collection de l'ONF est rendue accessible en format numérique pour les générations futures.	Pourcentage des œuvres de la collection assorties d'un pivot	65%	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

L'ONF poursuivra ses plans de numérisation et de conservation afin de rendre sa collection accessible au grand public d'aujourd'hui et de demain. Cependant, la dernière phase du plan de numérisation a été revue afin de réduire les dépenses de l'institution, et elle sera complétée d'ici le déménagement du quartier général de l'ONF à l'automne 2017.

L'objectif demeure de restaurer et numériser la collection active de l'ONF et de la rendre disponible sur un master numérique source image et son, ainsi que sur un fichier pivot qui permet d'offrir le contenu dans le format désiré. Ce plan de numérisation s'accompagne de l'instauration d'un nouveau processus de travail afin d'améliorer l'automatisation du traitement de l'image et les systèmes d'identification, de gestion, d'archivage et de restauration des documents audiovisuels.

Le plan de conservation étant étroitement lié au plan de numérisation, celui-ci sera aussi achevé pour le déménagement du siège de l'ONF en 2017, car il est nécessaire que les œuvres soient préalablement numérisées avant d'être relocalisées. Le plan de relocalisation prévoit ainsi sécuriser le gros de notre collection d'ici la fin de l'année 2017-2018.

Sous-programme 1.2.2 : Accès des consommateurs et interaction

Description

Ce sous-programme fait en sorte que les œuvres audiovisuelles canadiennes sont mises à la disposition des consommateurs canadiens et internationaux. Elle permet aux consommateurs individuels d'accéder aux produits culturels canadiens et d'interagir avec des contenus qui reflètent notre histoire et nos valeurs et font connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux habitants des autres nations. Ce faisant, les consommateurs nationaux et internationaux partagent une culture et un patrimoine canadiens dynamiques.

Les mécanismes utilisés pour cette mise à disposition comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de marchés et de canaux diversifiés, p. ex. : salles, télévision, Internet /plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
6 238 980	6 238 980	6 238 980

Ressources humaines (ETP)

2015-2016	2016-2017	2017-2018
43	43	43

Mesure du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les consommateurs visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès.	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition des consommateurs (c.-à-d. télé, salles, DVD, lecture en continu, etc.).	26,5 millions	31 mars 2018
Les consommateurs interagissent avec l'ONF.	Nombre de consommateurs par niveau d'interaction (utilisateurs enregistrés ou clients).	700 000 enregistrés ; 14 900 clients	31 mars 2018
	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition des consommateurs.	2,6 millions $	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

La mise en place de la nouvelle plateforme de visionnage en ligne sera au cœur des plans de l'institution afin d'améliorer l'accès des consommateurs aux œuvres de l'ONF au cours de l'année. En plus de continuer d'enrichir son offre de titres gratuits dans l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca, l'institution poursuivra l'amélioration des fonctionnalités de celui-ci afin d'optimiser le catalogage et l'expérience des utilisateurs. Un nouvel espace d'interaction avec les acteurs de l'industrie sera aussi implanté afin de créer un lieu d'interaction sur les enjeux de l'heure dans l'industrie et afin de favoriser la collaboration artistique.

Les partenariats seront aussi d'une grande importance afin d'accroître la diffusion, l'accessibilité et la visibilité des œuvres de l'ONF. Dans ce but, l'ONF maintiendra les partenariats avec des plateformes de contenus telles que Netflix Canada, iTunes, YouTube. L'ONF prévoit enrichir l'Espace de visionnage ONF.ca d'autres productions canadiennes indépendantes grâce à des partenariats avec de nouveaux organismes.

Sous-programme 1.2.3 : Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction

Description

Ce sous-programme permet aux organismes éducatifs et institutionnels canadiens et internationaux de mettre des produits culturels canadiens et leurs valeurs inhérentes à la disposition de leurs membres et des élèves. Elle soutient la distribution des œuvres audiovisuelles et contenus canadiens, lesquels comprennent des ateliers éducatifs et des activités pédagogiques, aux auditoires des marchés institutionnel et éducatif, au Canada et à l'étranger, ainsi que l'utilisation de ces œuvres et contenus par ces auditoires. Les productions et les contenus de l'ONF doivent être largement accessibles, mis en valeur et distribués sur les marchés éducatifs canadien et international (personnel enseignant, écoles, commissions scolaires, collèges, universités et ministères de l'éducation) ainsi que sur les marchés institutionnels (bibliothèques publiques, services sociaux et de soins de santé, associations communautaires et culturelles, entreprises) afin de favoriser l'interaction de la jeunesse canadienne et d'enrichir les activités éducatives qui lui sont destinées. Les mécanismes utilisés pour la mise à disposition des productions et contenus comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de canaux diversifiés, p. ex. : Internet, plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
4 383 776	4 383 776	4 383 776

Ressources humaines (ETP)

2015-2016	2016-2017	2017-2018
31	31	31

Mesure du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès.	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation (c.-à-d. vente de DVD aux écoles, ateliers pour enseignants, abonnements en ligne, etc.)	14 millions	31 mars 2018
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel interagissent avec l'ONF.	Nombre d'utilisateurs du milieu de l'éducation par niveau d'engagement (utilisateurs enregistrés ou clients).	10 000 enregistrés; 13 000 clients	31 mars 2018
	Quantité de matériel pédagogique téléchargé.	140 000	31 mars 2018
	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation.	2,6 millions $	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

Le portail CAMPUS continuera d'être le principal véhicule de l'ONF pour diffuser ses œuvres auprès des milieux éducatif et institutionnel et interagir avec ceux-ci. En 2015-2016, l'ONF planifie de continuer d'enrichir son offre de contenus éducatif en ligne et de développer des modules d'apprentissage afin de demeurer le portail éducatif canadien de choix pour les œuvres audiovisuelles et numériques. L'ONF continuera d'acquérir des œuvres complémentaires à la collection éducative de l'ONF et ajoutera de nouvelles œuvres de la collection ONF afin d'enrichir son offre numérique.

L'offre d'ateliers pratiques à l'intention des élèves canadiens sera maintenue cette année encore par le biais de classes virtuelles qui abordent des thèmes tels que l'environnement. Ce sous-programme soutient également le marché institutionnel canadien en proposant du contenu à l'occasion de projections publiques, que ce soit dans les salles de cinéma commerciales, les musées, les bibliothèques publiques canadiennes ou dans le cadre d'événements thématiques régionaux et nationaux.

Sous-programme 1.2.4 : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Description

Par ce sous-programme, l'ONF permet à l'industrie audiovisuelle canadienne et internationale de participer à la promotion de la culture et du patrimoine canadiens par l'entremise de partenariats avec les secteurs public et privé. Ces partenariats facilitent les échanges de connaissances et de talents, favorisent une étroite collaboration avec l'industrie dans les principaux festivals et marchés (p. ex. : MIP, Banff, Hot Docs, Sunny Side of the Doc) grâce à des tables rondes, des séances de questions et réponses, des concours, des remises de prix, etc. Les activités englobent également la mise en marché et la promotion des œuvres audiovisuelles et des compilations thématiques de l'ONF dans les grands festivals et marchés nationaux et internationaux, de même que dans les événements d'importance (tels que les nominations aux Oscars, Expositions universelles, le 400e anniversaire de la ville de Québec), ainsi que la mise en marché et la promotion des rétrospectives des œuvres de l'ONF et de ses éminents cinéastes (Norman McLaren, Pierre Perrault, Alanis Obomsawin).

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
1 594 100	1 594 100	1 594 100

Ressources humaines (ETP)

2015-2016	2016-2017	2017-2018
11	11	11

Mesure du rendement

Résultat attendu	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
L'expertise de l'ONF est reconnue dans un large éventail de grands festivals et événements de l'industrie au Canada et à l'étranger.	Nombre d'événements (panels, présentations, tables rondes) auxquels participe l'ONF à titre d'expert.	60	31 mars 2018
Participants présents	Nombre de participants à ces événements.	35 000	31 mars 2018
Films de l'ONF sélectionnés dans les festivals	Nombre de films de l'ONF sélectionnés dans les festivals canadiens et internationaux.	400	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

La présence de l'ONF sur la scène des festivals de films les plus importants au Canada se maintiendra au cours de l'année 2015-2016, ainsi qu'à l'occasion d'évènements de l'industrie au pays et à l'étranger. Comme par le passé, nos récentes productions seront présentées dans les plus prestigieux festivals du monde tels que le Festival international du film de Berlin, le Festival de Cannes, le Festival international du film de Rotterdam et le Festival du film de Sundance aux États-Unis.

Au Canada, les productions de l'ONF seront montrées à de nombreux évènements tels que les Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM), Hot Docs et imagineNATIVE (Toronto) et le Festival international du cinéma francophone en Acadie (FICFA). Ces évènements sont non seulement des lieux pour promouvoir les nouvelles productions de l'ONF, mais sont aussi des lieux de rencontres avec les différents acteurs de l'industrie. En outre, l'ONF entend aussi être un partenaire de premier plan pour les célébrations qui marqueront le 150^{e} anniversaire de la Confédération.

Services internes

Description

Groupes d'activités connexes et de ressources administrés de manière à répondre aux besoins des programmes d'une organisation, et à lui permettre de remplir ses autres obligations organisationnelles. Les services internes comprennent uniquement les activités et les ressources qui visent l'ensemble d'une organisation et non les activités et les ressources qui s'appliquent à un programme particulier. Les groupes d'activités et de ressources sont les suivants : services de gestion et de surveillance, services de communications, services juridiques internes, services de gestion des ressources humaines, services de gestion des finances, services de gestion de l'information, services de technologies de l'information, services de gestion des biens, services de gestion du matériel et les services de gestion des acquisitions.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2015-2016	Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018
7 841 529	7 841 529	7 791 129	7 791 129

Ressources humaines (ETP)

2015-2016	2016-2017	2017-2018
50	50	50

Faits saillants de la planification

Pour l'année 2015-2016, les services internes de l'ONF ont été réduits pour tenir compte des transferts de fonds reliés aux initiatives pangouvernementales de centralisation des fonctions de formation avec l'École de la fonction publique du Canada et pour le renouvellement des sites Web. Les services internes seront dédiés, entre autres, à deux projets d'envergure : la planification des déménagements des bureaux de l'ONF et la poursuite de la stratégie de transformation organisationnelle.

La planification des déménagements

Le 25 septembre 2014, la ministre du Patrimoine canadien et des langues officielles a annoncé que le siège social de l'ONF déménagera dans un édifice qui sera construit d'ici l'automne 2017. L'ONF planifiera tous les besoins d'affaires de ce grand déménagement à l'aide d'un plan

détaillé des besoins fonctionnels et techniques qui guidera la construction d'installations de pointe. Cette planification se fait de concert avec Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC) et la Société d'habitation et de logement de Montréal (SHDM), en consultation avec les employés de l'ONF. Parallèlement à la relocalisation du siège social de Montréal, les baux de plusieurs bureaux régionaux arriveront à échéance en 2015. Le déménagement de ces bureaux, situés à Edmonton, Toronto et St. John's, est aussi une priorité des services internes en 2015-2016.

L'implantation de la transformation organisationnelle

De nombreux chantiers de transformation organisationnelle sont en cours et à venir à l'ONF. Il suffit d'examiner le rapport de l'ONF pour l'Objectif 2020 pour en avoir un aperçu. L'ONF poursuit donc ses efforts, en 2015-2016, pour atteindre ses objectifs stratégiques et les principes directeurs d'Objectif 2020, soit une approche pangouvernementale et collaborative, des technologies performantes, une main-d'œuvre compétente, productive et informée dans une structure adaptée et souple.

Les autres principales activités prévues aux services internes de l'ONF en 2015-2016 sont :

- la mise en place des structures organisationnelles en soutien au service de diffusion à contournement de l'ONF;
- l'implantation du plan d'action pour consolider les pratiques de gouvernance de l'ONF;
- l'instauration d'un nouveau programme de gestion de la performance à l'ONF, qui comprend l'établissement d'indicateurs de performance au sein de chacune des divisions;
- la poursuite du programme de sensibilisation des employés, notamment par une formation à tous les gestionnaires et employés sur les fondements de l'éthique et sur le nouveau code d'éthique de l'ONF;
- la mise à jour du programme de diversité en matière d'emploi pour les femmes, les Autochtones, les personnes issues des minorités visibles et les personnes vivant avec un handicap.

Section III : Renseignements supplémentaires

État des résultats prospectif

L'état des résultats condensé prospectif donne un aperçu général des opérations de l'Office national du film du Canada. Les prévisions des renseignements financiers concernant les dépenses et les recettes sont préparées selon la méthode de comptabilité d'exercice pour renforcer la responsabilisation et améliorer la transparence et la gestion financière.

Étant donné que l'état des résultats condensé prospectif est préparé selon la méthode de comptabilité d'exercice, et que les montants des dépenses projetées et des dépenses prévues présentées dans d'autres sections du RPP sont établis selon la méthode de comptabilité axée sur les dépenses, les montants diffèrent.

Un état des résultats prospectif plus détaillé et des notes afférentes, notamment un rapprochement des coûts de fonctionnement nets et des autorisations demandées, se trouve sur le site Web de *l'Office national du film du Canada*[x].

État des résultats condensé prospectif
Pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2015
(en dollars)

Renseignements financiers	Résultats attendus 2014-2015	Résultats prévus 2015-2016	Écart
Total des charges	68 549 894	66 020 053	-3,7%
Total des revenus	3 842 000	4 223 000	9,9%
Coût de fonctionnement net	**64 707 894**	**61 797 053**	**-4,5%**

Faits saillants

Dépenses

Les dépenses d'opérations prévues pour 2015-2016 présentent une diminution de 2 529 841 $ (-3,7%) par rapport aux résultats estimés de 2014-2015. Le paiement unique de transition relié au nouveau cycle de paie en arrérage ainsi que la réduction du report de fond entre 2014-2015 et 2015-2016 explique en grande partie cet écart. Également, l'ONF contribuera aux initiatives de

centralisation des services de formation institutionnelle avec l'École de la fonction publique du Canada et des services de renouvellement des sites web.

Revenus

L'ONF prévoit accroître légèrement ses revenus (+9,9%) principalement dans le marché de la télévision avec des titres porteurs et dans le marché du consommateur avec la nouvelle plateforme de l'Espace de visionnage en ligne qui enrichira l'offre du site ONF.ca avec l'hébergement d'œuvres de partenaires. La pénétration des marchés américains et internationaux de l'offre éducative à valeur ajoutée CAMPUS comporte des opportunités importantes qui permettront de compenser la baisse des ventes de produits physiques.

Tableaux de renseignements supplémentaires

Les tableaux de renseignements supplémentaires énumérés dans le *Rapport sur les plans et les priorités 2015 2016*[xi] **se trouvent sur le site Web de l'Office national du film du Canada.**

- Stratégie ministérielle de développement durable.

Dépenses fiscales et évaluations

Il est possible de recourir au régime fiscal pour atteindre des objectifs de la politique publique en appliquant des mesures spéciales, comme de faibles taux d'impôt, des exemptions, des déductions, des reports et des crédits. Le ministère des Finances Canada publie annuellement des estimations et des projections du coût de ces mesures dans une publication intitulée *Dépenses fiscales et évaluations*[xii]. Les mesures fiscales présentées dans ladite publication relèvent de la seule responsabilité du ministre des Finances.

Section IV : Coordonnées de l'organisation

Office national du film du Canada
3155, chemin de la Côte-de-Liesse
Montréal (Québec) H4N 2N4
Canada

Planification stratégique et relations gouvernementales
rapports@onf-nfb.gc.ca
514-283-3769

Annexe : Définitions

architecture d'alignement des programmes : Répertoire structuré de tous les programmes d'une organisation qui décrit les liens hiérarchiques entre les programmes et les liens aux résultats stratégiques auxquels ils contribuent.

cadre pangouvernemental : Schéma représentant la contribution financière des organisations fédérales qui dépendent de crédits parlementaires en harmonisant leurs programmes avec un ensemble de 16 secteurs de résultat pangouvernementaux de haut niveau regroupés sous 4 secteurs de dépenses.

cible : Niveau mesurable du rendement ou du succès qu'une organisation, un programme ou une initiative prévoit atteindre dans un délai précis. Une cible peut être quantitative ou qualitative.

crédit : Autorisation donnée par le Parlement d'effectuer des paiements sur le Trésor.

dépenses budgétaires : Les dépenses budgétaires comprennent les dépenses de fonctionnement et en capital; les paiements de transfert à d'autres ordres de gouvernement, à des organisations ou à des particuliers; et les paiements à des sociétés d'État.

dépenses non budgétaires : Recettes et décaissements nets au titre de prêts, de placements et d'avances, qui modifient la composition des actifs financiers du gouvernement du Canada.

dépenses prévues : En ce qui a trait aux rapports sur les plans et les priorités (RPP) et aux rapports ministériels sur le rendement (RMR), les dépenses prévues s'entendent des montants approuvés par le Conseil du Trésor au plus tard le 1er février. Elles peuvent donc comprendre des montants qui s'ajoutent aux dépenses prévues indiquées dans le budget principal des dépenses.

Un ministère est censé être au courant des autorisations qu'il a demandées et obtenues. La détermination des dépenses prévues relève du ministère, et ce dernier doit être en mesure de justifier les dépenses et les augmentations présentées dans son RPP et son RMR.

équivalent temps plein : Indicateur de la mesure dans laquelle un employé représente une année-personne complète dans le budget ministériel. L'équivalent temps plein est calculé en fonction du coefficient des heures de travail assignées et des heures normales de travail. Les heures normales de travail sont établies dans les conventions collectives.

indicateur de rendement : Moyen qualitatif ou quantitatif de mesurer un extrant ou un résultat en vue de déterminer le rendement d'une organisation, d'un programme, d'une politique ou d'une initiative par rapport aux résultats attendus.

plan : Exposé des choix stratégiques qui montre comment une organisation entend réaliser ses priorités et obtenir les résultats connexes. De façon générale, un plan explique la logique qui sous-tend les stratégies retenues et tend à mettre l'accent sur des mesures qui se traduisent par des résultats attendus.

priorité : Plan ou projet qu'une organisation a choisi de cibler et dont elle rendra compte au cours de la période de planification. Il s'agit de ce qui importe le plus ou qui doit être fait en premier pour appuyer la réalisation du ou des résultats stratégiques souhaités.

production de rapports sur le rendement : Processus de communication d'information sur le rendement fondée sur des éléments probants. La production de rapports sur le rendement appuie la prise de décisions, la responsabilisation et la transparence.

programme : Groupe d'intrants constitué de ressources et d'activités connexes qui est géré pour répondre à des besoins précis et pour obtenir les résultats visés, et qui est traité comme une unité budgétaire.

programme temporisé : Programme ayant une durée fixe et dont le financement et l'autorisation politique ne sont pas permanents. Ce programme est aussi appelé programme à durée temporaire. Lorsqu'un tel programme arrive à échéance, une décision doit être prise quant à son maintien. Dans le cas d'un renouvellement, la décision précise la portée, le niveau de financement et la durée.

rapport ministériel sur le rendement : Rapport traitant des réalisations concrètes d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires au regard des plans, des priorités et des résultats attendus exposés dans le rapport sur les plans et les priorités correspondant. Ce rapport est déposé au Parlement à l'automne.

rapport sur les plans et les priorités : Rapport fournissant des renseignements au sujet des plans et du rendement prévu sur trois ans d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires. Ces rapports sont déposés au Parlement chaque printemps.

rendement : Utilisation qu'une organisation a faite de ses ressources en vue d'obtenir ses résultats, mesure dans laquelle ces résultats se comparent à ceux que l'organisation souhaitait obtenir, et mesure dans laquelle les leçons apprises ont été cernées.

résultat : Conséquence externe attribuable en partie aux activités d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative. Les résultats ne relèvent pas d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative unique, mais ils s'inscrivent dans la sphère d'influence de l'organisation.

résultat stratégique : Avantage durable et à long terme pour les Canadiens qui est rattaché au mandat, à la vision et aux fonctions de base d'une organisation.

résultats du gouvernement du Canada : Ensemble de 16 objectifs de haut niveau établis pour l'ensemble du gouvernement et regroupés selon 4 secteurs de dépenses : affaires économiques, affaires sociales, affaires internationales et affaires gouvernementales.

Structure de la gestion, des ressources et des résultats : Cadre exhaustif comprenant l'inventaire des programmes, des ressources, des résultats, des indicateurs de rendement et de l'information de gouvernance d'une organisation. Les programmes et les résultats sont présentés d'après le lien hiérarchique qui les unit, et les résultats stratégiques auxquels ils contribuent. La Structure de la gestion, des ressources et des résultats découle de l'architecture d'alignement des programmes.

Notes de fin de document

i http://lois.justice.gc.ca/fra/lois/N-8/page-1.html
ii http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/F-11/
iii http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/a-1/
iv http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-21/
v http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/
vi http://laws.justice.gc.ca/fra/lois/C-18.7/
vii Les différents types de priorités sont les suivants : priorité déjà établie – établie au cours du premier ou du deuxième exercice précédant l'exercice visé dans le rapport; priorité permanente – établie au moins trois exercices avant l'exercice visé dans le rapport; priorité nouvelle – établie au cours de l'exercice visé dans le RPP ou le RMR.
viii Cadre pangouvernemental, http://www.tbs-sct.gc.ca/ppg-cpr/frame-cadre-fra.aspx
ix *Budget principal des dépenses 2015-2016*, http://www.tbs-sct.gc.ca/ems-sgd/esp-pbc/me-bpd-fra.asp
x Office national du film, États financiers prospectifs 2015-2016
http://onf-nfb.gc.ca/wp-content/uploads/2015/03/onf-etats-financiers-prospectifs-2015-2016.pdf
xi Office national du film, Rapport sur les plans et les priorités 2015-2016
http://www.onf-nfb.gc.ca/fr/rpp2015-2016
xii *Dépenses fiscales et évaluations*, http://www.fin.gc.ca/purl/taxexp-fra.asp